

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002025076543, 26 Juni 2025

Pencipta

Nama : **Marisah, Meike Kurniawati dkk**
Alamat : Jln MT Haryono Desa Burangkeng Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi
RT 003 RW 006 No. 12, Setu, Kab. Bekasi, Jawa Barat, 17320
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Meike Kurniawati**
Alamat : Jeruk Nipis kecil I no 11, Kebon Jeruk, Kota Adm. Jakarta Barat, DKI
Jakarta, 11530

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Karya Tulis Lainnya**

Judul Ciptaan : **Proposal Bisnis Durian & Friends**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 26 Juni 2025, di Kota Adm. Jakarta Barat

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor Pencatatan : 000916804

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko,SH.,MH.
NIP. 196912261994031001

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Marisah	Jln MT Haryono Desa Burangkeng Kecamatan Setu Kabupaten Bekasi RT 003 RW 006 No. 12 Setu, Kab. Bekasi
2	Meike Kurniawati	Jeruk Nipis kecil I no 11 Kebon Jeruk, Kota Adm. Jakarta Barat
3	Awalia Dita Pratiwi	Griya Prima Galaxy 2 Blok B3 RT 006 RW 003 Desa Cimuning Kecamatan Mustika Jaya Setu, Kab. Bekasi
4	Nathania Giovanni	Teluk Indah Blok U No.11 RT 012 RW 009 Desa Pejagalan Kecamatan Penjaringan Penjaringan, Kota Adm. Jakarta Utara





- **PROPOSAL BISNIS** •

DURIAN AND FRIENDS

Anggota:

**Marisah, Neva Sefanya, Nathania
Giovanni, Awalia Dita Pratiwi**

Jl. Letjen S. Parman No.1, RT.6/RW.16, Tomang, Kec.
Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
EXECUTIVE SUMMARY	2
IDENTITAS BADAN USAHA	4
BAB I LATAR BELAKANG	5
BAB II ANALISA PRODUK DAN JASA	7
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN & DAMPAK RESIKO	8
BAB IV ANALISA PEMASARAN	10
BAB V RENCANA STRATEGIS	12
BAB VI PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASIONAL	16
BAB VII PROFIL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERUSAHAAN	18
BAB VIII PERENCANAAN KEUANGAN	23
LAMPIRAN	25
DAFTAR PUSTAKA	26

EXECUTIVE SUMMARY

Durian and Friends adalah restoran modern dengan konsep unik yang menyajikan aneka kreasi kuliner berbahan dasar durian. Mengusung gaya kekinian dengan interior nyaman, tempat ini cocok untuk nongkrong santai, makan keluarga, hingga pertemuan bisnis.

Menu unggulan meliputi:

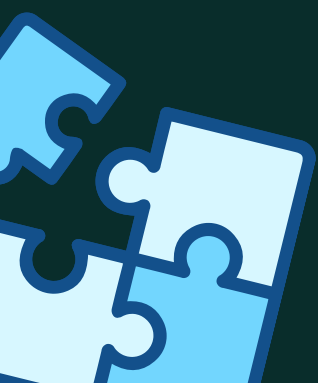
- Pizza Durian: Kombinasi keju leleh dan durian premium di atas roti lembut.
- Burger Durian: Daging sapi juicy dengan saus durian khas.
- Puding Durian: Puding creamy dari durian halus dan susu.
- Dimsum Durian: Dimsum lembut dengan isian durian manis-gurih.
- Nasi Goreng Durian: Nasi goreng bumbu khas dengan aroma durian.

Durian and Friends menghadirkan sensasi baru dalam menikmati durian, cocok untuk para pencinta rasa autentik dan inovatif.

VISI DAN MISI



Visi : Menjadi pelopor dalam inovasi kuliner durian yang menyajikan pengalaman makan yang unik dan tidak terlupakan, serta menjadi destinasi utama bagi pecinta kuliner yang ingin mengeksplorasi cita rasa durian dalam beragam bentuk.

- Misi :**
1. Menyajikan menu inovatif berbasis durian yang disajikan dengan kualitas terbaik dan cita rasa yang menggugah.
 2. Menciptakan atmosfer restoran yang modern dan nyaman, cocok untuk segala usia dan berbagai kebutuhan.
 3. Mengedukasi masyarakat tentang berbagai cara mengolah durian secara kreatif, dengan memadukan teknologi kuliner dan kreativitas.
 4. Memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada setiap pelanggan, untuk memastikan pengalaman makan yang menyenangkan dan memuaskan.
- 



IDENTITAS BADAN USAHA

Nama Usaha
Durian and Friends

Alamat Usaha
**Jl. Letjen S. Parman No.1, RT.6/RW.16, Tomang,
Kec. Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat**

Visi

Menjadi pelopor dalam inovasi kuliner durian yang menyajikan pengalaman makan yang unik dan tidak terlupakan, serta menjadi destinasi utama bagi pecinta kuliner yang ingin mengeksplorasi cita rasa durian dalam beragam bentuk.

Misi

1. Menyajikan menu inovatif berbasis durian yang disajikan dengan kualitas terbaik dan cita rasa yang menggugah.
2. Menciptakan atmosfer restoran yang modern dan nyaman, cocok untuk segala usia dan berbagai kebutuhan.
3. Mengedukasi masyarakat tentang berbagai cara mengolah durian secara kreatif, dengan memadukan teknologi kuliner dan kreativitas.

“RASAKAN KEUNIKAN RASANYA”

BAB I

LATAR BELAKANG

Durian adalah buah tropis populer di Asia Tenggara, terutama di Indonesia, Malaysia, dan Thailand. Indonesia merupakan produsen dan konsumen durian terbesar, dengan produksi lebih dari 1,2 juta ton per tahun (BPS 2022). Daerah penghasil utama meliputi Sumatera Utara, Jawa Barat, dan Kalimantan.

Durian memiliki pasar luas, baik domestik maupun ekspor, terutama ke China, Singapura, dan Hong Kong (Kemendag 2021). Popularitasnya menjadikannya komoditas potensial dalam industri kuliner.

Tren kuliner kini menuntut makanan unik dan bernilai tambah, mendorong inovasi berbasis durian seperti es krim, pancake, kopi, dan bahkan burger durian. Beberapa kafe ternama di Thailand dan Malaysia telah sukses mengembangkan menu durian, sedangkan di Indonesia peluang bisnis kuliner durian masih sangat terbuka lebar.

Meski durian sering diolah menjadi kue dan minuman, masih jarang restoran yang menyajikan makanan sehari-hari berbasis durian. Hal ini menjadi peluang bagi Durian and Friend untuk menawarkan konsep inovatif dengan hidangan modern seperti burger durian, kue sus, durian cheese tart, dan es durian boba.

Konsep ini bertujuan menjadikan durian bagian dari makanan sehari-hari yang bisa dinikmati semua kalangan. Dengan menu variatif, Durian and Friend menargetkan pecinta durian, masyarakat umum, wisatawan, dan food enthusiast dari berbagai usia.

Industri kuliner terus berkembang, didukung tren makanan unik dan gaya hidup konsumtif. Menurut Euromonitor (2022), sektor ini tumbuh 6,5% per tahun. Dengan konsep menarik, bahan baku mudah, dan minat pasar yang tinggi, Durian and Friend memiliki potensi besar menjadi bisnis kuliner yang sukses dan berkelanjutan.

BAB II

ANALISA PRODUK DAN JASA

STRENGTHS

- **Keunikan Produk** – Menghadirkan konsep makanan yang tidak biasa dengan campuran durian, menarik bagi pencinta durian.
- **Varian Menu yang Beragam** – Menawarkan berbagai jenis makanan berbasis durian seperti burger, kue sus, es krim, dan lainnya, memberikan pilihan luas bagi pelanggan.
- **Daya Tarik bagi Pecinta Durian** – Pasar spesifik dengan pelanggan loyal yang menyukai durian.
- **Diferensiasi dari Kompetitor** – Tidak banyak restoran yang berfokus pada makanan berbasis durian, memberikan keunggulan kompetitif.
- **Cita Rasa Khas** – Durian memiliki rasa yang kuat dan khas, sehingga dapat meninggalkan kesan mendalam bagi pelanggan.

WEAKNESSES

- **Pasar Terbatas** – Tidak semua orang menyukai durian, bahkan sebagian besar menghindarinya karena bau dan rasa yang tajam.
- **Potensi Penolakan dari Pelanggan Baru** – Makanan berbasis durian bisa menjadi tantangan bagi orang yang belum terbiasa.
- **Kesulitan dalam Penyimpanan dan Logistik** – Durian memiliki bau yang kuat dan membutuhkan penyimpanan khusus agar tidak mengganggu bahan makanan lainnya.
- **Harga Durian yang Berfluktuasi** – Biaya bahan baku bisa meningkat secara musiman, mempengaruhi harga jual dan margin keuntungan.
- **Regulasi di Beberapa Tempat** – Beberapa area atau pusat perbelanjaan memiliki larangan membawa durian karena aromanya yang menyengat.

OPPORTUNITIES

- **Tren Kuliner Unik** – Makanan berbasis durian dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan dan food blogger yang mencari pengalaman kuliner unik.
- **Kolaborasi dengan Brand Lain** – Bisa berkolaborasi dengan merek lain, seperti produsen susu, kopi, atau dessert untuk menciptakan produk baru.
- **Eksansi ke Pasar Digital** – Menggunakan media sosial dan layanan pesan antar untuk menjangkau pelanggan lebih luas.
- **Inovasi Produk** – Mengembangkan variasi makanan berbasis durian, seperti minuman durian, pastry, atau bahkan hidangan gurih.
- **Festival atau Event Khusus** – Menyelenggarakan festival durian atau acara spesial untuk menarik lebih banyak pelanggan.

THREADS

- **Selera Pasar yang Berubah** – Tren makanan bisa berubah dengan cepat, sehingga popularitas produk bisa menurun.
- **Persaingan dengan Produk Sejenis** – Jika konsep ini sukses, kompetitor bisa muncul dengan produk serupa atau lebih inovatif.
- **Reputasi Durian di Kalangan Non-Pecinta** – Durian dikenal memiliki aroma yang menyengat, yang bisa menjadi penghalang bagi pelanggan baru.
- **Fluktuasi Harga Durian** – Jika harga durian melonjak tinggi, bisa mempengaruhi keuntungan bisnis.
- **Regulasi Pemerintah atau Kebijakan Kesehatan** – Ada kemungkinan aturan ketat terkait pengolahan atau penyajian durian di tempat umum.

Durian and Friend memiliki potensi besar dalam menarik pecinta durian dengan menu yang unik dan inovatif. Namun, bisnis ini juga memiliki tantangan, terutama dalam menjangkau pasar yang lebih luas di luar penggemar durian. Dengan strategi pemasaran yang tepat, inovasi produk, serta pengelolaan bahan baku yang baik, bisnis ini dapat berkembang dan menciptakan tren baru dalam industri kuliner.

BAB III

RENCANA PENGEMBANGAN & DAMPAK RESIKO

1. Self - service

Melalui sistem self-service, pelanggan diberikan kebebasan dan kontrol lebih besar atas pengalaman mereka, mulai dari memilih menu, melakukan pemesanan, hingga menyelesaikan pembayaran secara mandiri.

- Dampak positif > mengurangi waktu antrian, Dampak negatif > kurangnya interaksi antara staf dengan pelanggan.

2. Scan QR Barcode Menu

Dengan adanya metode scan QR barcode ini, pemesanan produk dapat dilakukan dengan cepat dan pastinya akurat.

- Dampak positif > Meningkatkan efisiensi dan kecepatan pada layanan, Dampak negatif > Tidak semua pelanggan bisa mengakses metode tersebut

3. Drive - Thru

sistem drive thru ini merupakan metode pemesanan dan pengambilan pesanan dimana pelanggan tidak perlu untuk turun dari kendaraan mereka.

- Dampak positif > Restoran dapat melayani lebih banyak pelanggan dalam waktu yang singkat, Dampak negatif > Antrian kendaraan dapat menyebabkan kemacetan

4. Delivery

Durian and Friends berencana mengembangkan layanan delivery sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Pemesanan dapat dilakukan melalui platform seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

- Dampak positif > fleksibel bagi pelanggan yang tidak bisa datang langsung, Dampak negatif > Salah input pesanan atau alamat bisa menyebabkan salah antar

4. Delivery

Durian and Friends berencana mengembangkan layanan delivery sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Pemesanan dapat dilakukan melalui platform seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

- Dampak positif > fleksibel bagi pelanggan yang tidak bisa datang langsung, Dampak negatif > Salah input pesanan atau alamat bisa menyebabkan salah antar



5. Stamp Member

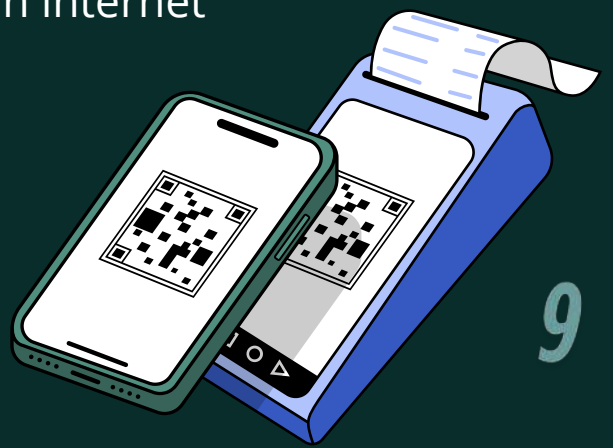
Bisnis durian and friends ini ingin menerapkan sistem loyalty stamp yaitu strategi pemasaran yang memberikan point di setiap pembelian, yang bisa ditukar dengan hadiah atau diskon.

- Dampak positif > pelanggan lebih sering datang untuk mengumpulkan cap, Dampak negatif > Harus menyediakan reward atau diskon , yang bisa mengurangi margin keuntungan.

6. Pembayaran Cashless Qris

Penerapan Qris pada bisnis durian and friends ini sangat efektif karena pelanggan bisa lebih mudah untuk melakukan pembayaran.

- Dampak positif > Transaksi menjadi cepat dan praktis, Dampak negatif > Masalah jaringan internet



BAB IV

ANALISA PEMASARAN



1. Segmentasi Pasar

- **Pecinta Durian** → Segmen utama yang menyukai segala jenis olahan durian.
- **Milenial & Gen Z** → Penyuka makanan unik dan tren kuliner di media sosial.
- **Keluarga & Wisatawan** → Pasar yang tertarik dengan pengalaman kuliner.

2. Strategi Pemasaran

- **Media Sosial** → Aktif di Instagram, TikTok, dan Facebook dengan konten menarik seperti video behind-the-scenes, testimoni pelanggan, dan giveaway.
- **Influencer & Food Blogger** → Bekerja sama dengan food influencer untuk review produk.
- **Packaging Menarik** → Desain kemasan modern & Instagramable untuk meningkatkan daya tarik.

3. Promosi & Penjualan

- **Diskon & Bundling** → Paket hemat untuk mendorong pembelian lebih banyak.
- **Loyalty Program** → Memberikan poin untuk pelanggan setia yang bisa ditukar dengan produk gratis.
- **Event & Pop-Up Booth** → Ikut serta dalam festival kuliner atau membuat pop-up booth di mal strategis.

4. Ekspansi Distribusi

- **Online Marketplace** → Jualan di Shopee, Tokopedia, dan GrabFood/GoFood.
- **Retail & Kafe** → Menjalin kerja sama dengan supermarket dan coffee shop untuk memasukkan produk Durian n Friends.
- **Franchise / Kemitraan** → Mengembangkan bisnis dengan sistem kemitraan untuk ekspansi lebih cepat.

BAB V

RENCANA STRATEGIS

Berikut adalah rencana strategis jangka panjang untuk bisnis **Durian n Friends**:

1-3 Tahun (Fase Pertumbuhan & Branding)

- **Brand Awareness:** Membangun kesadaran merek melalui media sosial, influencer, dan program promosi.
- **Ekspansi Produk:** Mengembangkan variasi produk berbasis durian (es krim, cake, minuman).
- **Kemitraan:** Bekerja sama dengan marketplace, restoran, dan kafe untuk distribusi produk.
- **Optimasi Operasional:** Menyempurnakan sistem produksi dan distribusi agar lebih efisien.
- **Membuka Outlet:** Jika memungkinkan, membuka toko fisik pertama di lokasi strategis.

4-6 Tahun (Fase Ekspansi)

- **Franchise atau Cabang:** Memulai model bisnis waralaba atau membuka cabang di beberapa kota besar.
- **Ekspor Produk:** Mempelajari pasar luar negeri untuk ekspor produk berbasis durian.
- **Investasi Teknologi:** Mengembangkan sistem pemesanan online yang lebih canggih (aplikasi/website).
- **Diversifikasi Produk:** Menambah produk inovatif berbasis durian untuk meningkatkan daya saing.

7-10 Tahun (Fase Domestik dan Global Market)

- **Dominasi Pasar Nasional:** Memastikan produk tersedia di seluruh Indonesia melalui retail modern dan online.
- **Pabrik Produksi:** Mendirikan fasilitas produksi sendiri untuk meningkatkan kapasitas dan efisiensi.
- **Ekspansi Internasional:** Menetapkan target ekspansi ke negara-negara yang memiliki pasar durian potensial (misalnya China, Thailand, Singapura).

11-15 Tahun (Fase Konsolidasi & Diversifikasi Besar)

- **Menjadi Market Leader:** Menjadikan **Durian n Friends** sebagai brand durian nomor satu di Indonesia dan memiliki pengaruh di pasar global.
- **Investasi di Perkebunan Durian:** Membangun ekosistem bisnis sendiri dengan memiliki perkebunan durian untuk mendukung bahan baku.
- **Ekspansi ke Produk Non-Makanan:** Mempelajari peluang bisnis berbasis durian di industri kosmetik, kesehatan, atau pariwisata (wisata durian).

BAB VI

PERENCANAAN PRODUK DAN OPERASIONAL

SKEMA VISUAL



PETANI

memanen buah di daerah penghasil
yaitu di Kalimantan

PENGEPUL

mengumpulkan hasil panen dari
berbagai kebun sebelum dikirim ke
distributor

DISTRIBUTOR

mendistribusikannya ke berbagai
wilayah, baik dalam bentuk buah utuh,
kupasan, maupun produk olahan

SUPPLIER RESTO

durian disimpan di freezer atau cold
storage untuk menjaga kesegarannya
sebelum diproses di dapur

DAPUR RESTO

durian diolah berbagai macam menu

KONSUMEN

menikmati durian dalam bentuk
makanan jadi, baik dengan cara dine-
in, drive thru, maupun melalui layanan
delivery.



PHYSICAL EVIDENCE

L
O
G
O



Durian & Friends ditulis dengan gaya elegan yang menunjukkan bahwa resto kami tidak hanya menyajikan durian, tapi bermacam-macam untuk dinikmati bersama, sama seperti kata "friends" di logo kami

Potongan durian di tengah logo adalah simbol utama yang menunjukkan bahwa durian adalah bahan utama restoran kami.

Gambar sendok dan garpu yang bersilang melambangkan makanan siap disantap sehingga memberikan nuansa eksklusif dan profesionalitas dalam penyajian makanan berbasis durian.

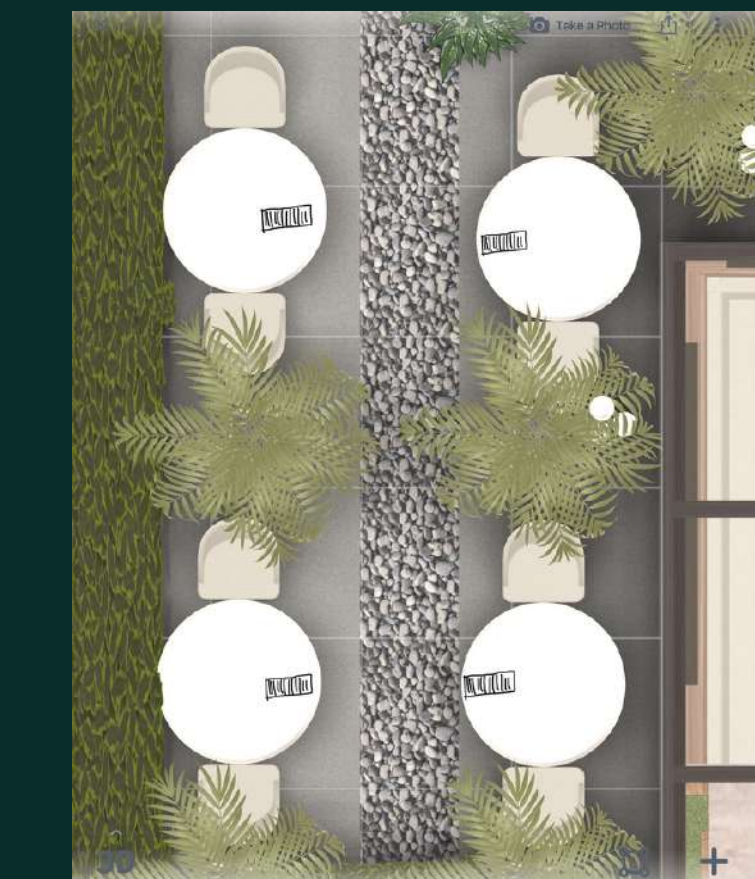
Est 2025 menunjukan bahwa restoran kami didirikan pada tahun 2025, memberi kesan bisnis yang baru tapi optimis berkembang.

Slogan "rasakan keunikan rasanya" adalah mengajak pelanggan untuk mencoba pengalaman makan yang unik

D
E
N
A
H



R
E
S
T
O



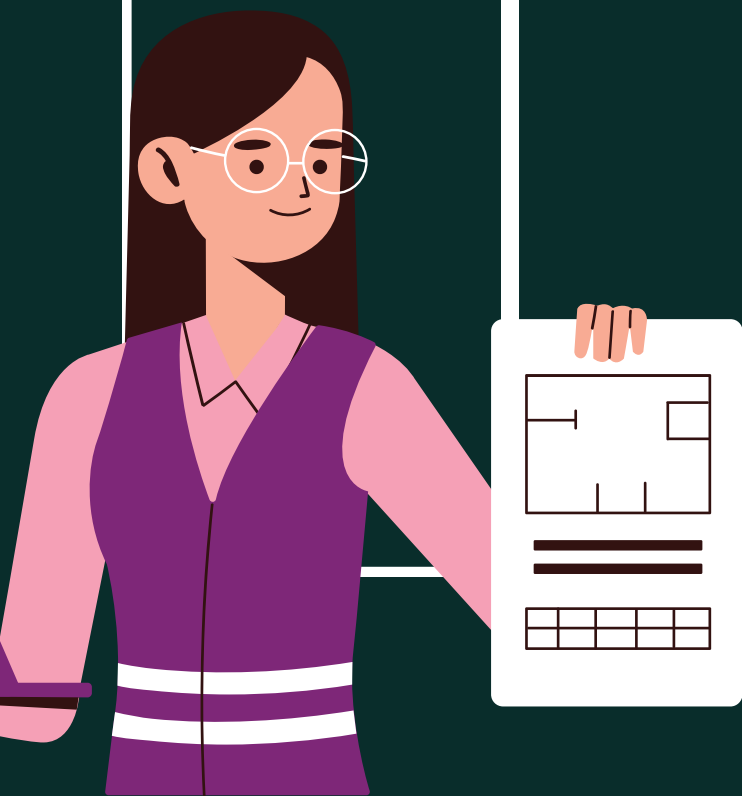
BAB VII

PROFIL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERUSAHAAN

Jabatan	Nama	Jobdesk
1.Owner	Marisah	1. Strategi & Visi: Menentukan arah dan visi bisnis jangka panjang. 2. Keuangan & Investasi: Mengawasi arus kas, profit, dan mencari peluang investasi. 3. Networking & Kemitraan: Membangun relasi dengan supplier, mitra bisnis, dan investor.

PROFIL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERUSAHAAN

Jabatan	Nama	Jobdesk
Owner	Marisah	4. Pengambilan Keputusan: Menentukan keputusan penting terkait ekspansi, produk, dan operasional. 5. Evaluasi Kinerja: Memantau kinerja tim dan melakukan evaluasi untuk perbaikan.



PROFIL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERUSAHAAN

Jabatan	Nama	Jobdesk
2.Koki	Neva Sefanya	1.Pengembangan Menu: Menciptakan dan mengembangkan variasi produk berbasis durian. 2. Standar Kualitas: Menjaga rasa, tekstur, dan kualitas produk agar sesuai standar. 3. Efisiensi Dapur: Mengelola bahan baku, mengurangi pemborosan, dan memastikan produksi berjalan lancar.

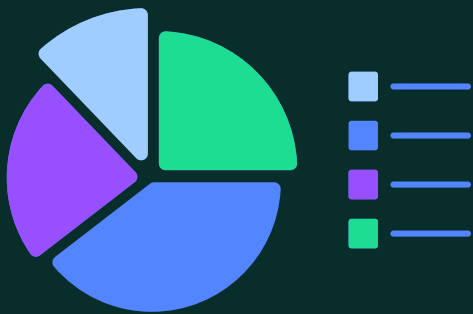
PROFIL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERUSAHAAN

Jabatan	Nama	Jobdesk
3.Staff Produksi	Awalia Dita Pratiwi	1. Mengolah durian menjadi produk siap jual sesuai resep dan standar. 2. Menjaga kebersihan dapur dan alat produksi. 3. Mengontrol stok bahan baku dan melaporkan jika ada kekurangan.



PROFIL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PERUSAHAAN

Jabatan	Nama	Jobdesk
4.Staff Marketing	Nathania Giovanni	1. Mengelola media sosial dan promosi bisnis. 2. Menanggapi pesanan online dan pertanyaan pelanggan. 3. Mengurus dokumen bisnis seperti pembelian bahan, laporan keuangan, dan absensi karyawan.



BAB VIII

PERENCANAAN KEUANGAN

Peralatan yang dimiliki					
No.	Keterangan	Pcs	Unit	Harga Satuan	Harga Total
1.	Panggangan kompor	1	Buah	Rp. 300.000	Rp. 300.000
2.	Tabung Gas	1	Buah	Rp. 200.000	Rp. 200.000
3.	Toples	6	Buah	Rp. 10.000	Rp. 60.000
4.	Piring	5	Lusin	Rp. 20.000	Rp. 100.000
5.	Sendok	5	Lusin	Rp. 20.000	Rp. 100.000
6.	Wadah Tisu	6	Buah	Rp. 5.000	Rp. 30.000
7.	Meja	10	Buah	Rp. 200.000	Rp. 2.000.000
8.	Kursi	10	Buah	Rp. 30.000	Rp. 300.000
9.	Teko	3	Buah	Rp. 10.000	Rp. 30.000
10.	Galon	2	Buah	Rp. 50.000	Rp. 100.000
11.	Stop Kontak	3	Buah	Rp. 25.000	Rp. 75.000
Total					Rp. 3.205.000

Peralatan yang dibeli					
No.	Keterangan	Pcs	Unit	Harga Satuan	Harga Total
1.	Plastik Kemasan Besar	5	Pack	Rp. 10.000	Rp. 50.000
2.	Plastik Kemasan Kecil	5	Pack	Rp. 8.000	Rp. 40.000
3.	Sedotan	5	Pack	Rp. 5.000	Rp. 25.000
4.	Staplers	2	Buah	Rp. 10.000	Rp. 20.000
5.	Isi Staplers	1	Box	Rp. 15.000	Rp. 15.000
6.	Spons dan sungllie	3	Buah	Rp. 15.000	Rp. 45.000
7.	Tisu	6	Buah	Rp. 10.000	Rp. 60.000
Total					Rp. 255.000

Biaya Operasional Produksi					
No.	Keterangan	Pcs	Unit	Harga Satuan	Harga Total
1.	Selebaran	30	Lembar	Rp. 1.000	Rp. 30.000
2.	Banner	1	Lembar	Rp. 50.000	Rp. 50.000
3.	Stiker	100	Lembar	Rp. 1.000	Rp. 100.000
4.	Daftar Menu	6	Lembar	Rp. 5.000	Rp. 30.000
5.	Listrik	1	Bulan	Rp. 500.000	Rp. 500.000
6.	Air	1	Bulan	Rp. 80.000	Rp. 80.000
7.	Sewa Tempat	1	Bulan	Rp. 2.500.000	Rp. 2.500.000
Total					Rp. 3.290.000

LAMPIRAN



(LOGO, VISUALISASI, & KEGIATAN)

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2022). *Produksi Buah-buahan di Indonesia Tahun 2022*. Jakarta: BPS.
- Euromonitor International. (2022). *Indonesia Foodservice Market Report 2022*. London: Euromonitor.
- Kementerian Perdagangan RI. (2021). *Tren Ekspor Durian Indonesia ke Pasar Asia*. Jakarta: Kemendag.
- Santoso, B. (2021). *Tren Kuliner 2021: Inovasi Makanan Kekinian yang Banyak Diminati*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2019). *Peluang Bisnis Kuliner di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Purnomo, H. (2020). *Strategi Inovasi Produk Kuliner di Era Digital*. Jakarta: Pustaka Inspirasi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tren Kuliner Indonesia*. Diakses dari <https://www.kemenparekraf.go.id/>
- Statista. (2023). *Global Food Industry Trends and Consumer Preferences*. Diakses dari <https://www.statista.com/>